

奥会津広域デジタルスタンプラリー実施業務

業務実施報告書

仕様書の基本方針に沿って、当社から企画提案をした各項目について、以下のよう
に業務を行いましたので、詳細につきましてご報告します。

業務内容

(1)スタンプラリーの企画・提案及び運営業務

奥会津の文化や魅力的な観光資源に触れる機会を創出し、誘客促進、周遊性向上、滞在期
間延長による旅行消費額の増加を図るため、スタンプ獲得数に応じて応募可能な賞を設定
したスタンプラリーを企画・提案した。

■スタンプラリーのテーマ・名称

効果的な集客が見込めるよう、奥会津の個性を生かし、奥会津地域の多彩な魅力に触れ、
滞在を楽しみながら、さまざまなスポットを巡っていただけるデジタルスタンプラリーと
して「知るたび、楽しい。巡るたび、深まる『奥会津いとなみ探訪デジタルラリー』」を
名称とし、テーマ性を押し出したスタンプラリーとした。

■スタンプの取得方法

各施設への訪問を基本として「二次元コード認証」をメインに、屋外の観光ポイントや要
望のあった場所を「GPS認証」とし、誰でもスマホで参加できるよう、アプリインスト
ール不要のWebブラウザ対応型として設計した。

■スタンプスポットの選定

基本的に当初ご提示のあった「スタンプスポット候補一覧」をベースに各町村様にて調整
いただき、また当社から提案した「おもてなしスポット」を含めて、最終的に64箇所
(別紙01「スタンプスポットの選定」参照)を選定、各町村担当者様により情報(テキス

ト・写真)をご支給いただいた。

★別紙 01「スタンプスポットの選定」参照

■関連事業「奥会津7町村文化施設間連携事業企画展」との連携

只見川電源流域振興協議会様が別事業で開催した「奥会津7町村文化施設間連携事業企画展」の開催会場を加え、協議会様からのご提示の通り、基本的に施設内への入場を前提にしたQRコード認証で設計（からむし工芸館、尾瀬写真美術館がGPS認証）した。

スタンプラリーの名称を「知るたび、楽しい。巡るたび、深まる『奥会津いとなみ探訪デジタルラリー』」として企画展との関連性を明確にしたので、文化施設の回遊に大きく貢献できたものと思われる。

■開催期間

令和7年7月19日（土）～11月16日（日）

開催期間は、仕様書の通り、上記期間で実施した。

■スタンプラリーに使用するシステム

スタンプラリーに使用するシステムは、下記要求事項を満たしたシステム「プラチナマップ」をベースとして設計した。

スタンプ獲得に使用するモバイル端末は、参加者個人が所有するものとし、システムには次に掲げる機能を備えること。ただし、既存のデジタルスタンプラリーシステムの活用も可とする。

(ア) 可能な限り多くのモバイル端末に対応可能なシステムとすること。

(イ) 参加者が自らの意志で簡易にユーザー登録をすることにより、スタンプラリーに参加できるシステムとすること。

(ウ) 参加者が獲得できるスタンプ数は、各スタンプスポット1箇所につき1個とすること。

(エ) スタンプ獲得数に応じて賞品の抽選に応募できるものとすること。

(オ) スタンプラリーに参加の際には、本地域への来訪歴や旅行消費額等の効果指標となるアンケートを参加者の負担のない範囲で設定し情報収集すること。

(カ) スタンプラリー参加中に、モバイル端末を別の端末に変更した場合でも、可能な限りスタンプラリーの履歴等が引き継げるようなシステムとすること。

■備品の準備・設置

二次元コード・ポスターの掲示等スタンプラリー開催に必要な備品を準備し協議会様に納品、各町村様にて、配付・設置をお願いした。

★別紙 02「スタンプラリー準備物・広報制作物等」参照

- ・ B 2 ポスター 200部
- ・ A 4 チラシ 4,000部
- ・ のぼり 64本
- ・ QRコード台紙 (該当箇所のみ)
- ・ おもてなし案内シート (おもてなし施設のみ)

■スタンプラリーの実施に係るマニュアルの作成

スタンプスポットや管内観光関係者向けの簡易な「スタンプラリー運営マニュアル (ご対応のお願い)」を作成した。 ★別紙 02「スタンプラリー準備物・広報制作物等」参照

(2)広報業務

上記のようにチラシ・ポスターの制作に加えて、以下のような広報手段を用いて広報を行った。

- ・ 特設サイトの開設 (<https://okuaizu100.jp/itonami-rally/>)
- ・ プロモーション

○CJ Monmo Web/CJ Monmo 公式 SNS での紹介 (記事広告による拡散)

○SNS 広告 (instagram、Facebook への広告 (META 広告) 出稿)

※福島県、新潟県、関東への広告出稿。7・9・11月の3回

○ラジオ福島「newsR」への記事掲載

○日本スタンプラリー協会サイトへの掲載

★別紙 02「スタンプラリー準備物・広報制作物等」参照

(3)応募・抽選・賞品発送業務

1 賞品の選定

スタンプ獲得数及び周遊したスタンプスポットの種類に応じて賞品の抽選に応募できる仕様とし、応募区分は仕様書の通りとし、下記のような賞品とした。

- (ア) 文化施設間連携企画展 5 スタンプ賞 **3000円相当の「各町村毎の特産品詰合せ」**
- (イ) 文化施設間連携企画展 コンプリート賞 **6000円相当の「各町村毎の特産品詰合せ」**
- (ウ) 15 スタンプ賞 **4000円相当の「各町村毎の特産品詰合せ」**
- (エ) 30 スタンプ賞 **8000円相当の「各町村毎の特産品詰合せ」**

2 応募状況

●参加状況(2025年7月19日~11月16日)	
ラリー参加人数(エントリーユーザー数)総計	793人
周遊率(2か所以上の回遊)	16%
スタンプ取得平均	10.4回
電子チケット(おもてなし)	140件
特典応募総数(※複数応募可)	538件(262人)

投票回数①	3,189人	エントリーユーザー数①	793人	周遊率①	16%	スタンプ取得数①	8,310件
特典応募総数	538件	不正スタンプ取得率①	2%	電子チケット利用回数①	140回	生成AI機能利用料①	0クレジット 利用回数②

なお、詳細は別紙にまとめましたのでご確認ください。

3 抽選

スタンプラリー商品の当選者決定についてはそれぞれの賞の応募者全員に番号をふり、個人情報的一切省くため、生成AIをもちいて数字を選ばせる抽せん方法を行った。それぞれの賞の応募者毎に抽せんをおこなったので重複当選者が出たため、該当者を除外し再抽選を行い、当選者を確定した。

★別紙 03「スタンプラリー抽選結果一覧 251206」参照

4 賞品手配と発送

賞品の選定については「各町村毎の特産品詰め合わせ」とし、発送時の季節に応じた賞品選定ができるようにして、各町村様へ賞品選定・発送の相談・依頼、発送事業者様との打ち合わせの上、各賞品は12月末～1月で、各町村の関連施設より発送を完了し、発送事業者様への支払いも完了した。

また「探索賞」として、スタンプ2個で応募ができる賞を用意し、特製「クリアファイル」を制作し、2月上旬、日進堂より発送を完了した。

柳津町	柳津観光物産協会、あいべこ、斎藤清美術館にて商品購入、日進堂より発送
三島町	三島町観光協会（からんころん）様にて賞品選定、発送
金山町	金山町観光物産協会様にて賞品選定、発送
昭和村	奥会津昭和村振興公社様にて賞品選定、発送
只見町	只見観光公社様にて賞品選定、発送
南会津町	道の駅たじま（株式会社みなみあいづ）様にて賞品選定、発送
檜枝岐村	檜枝岐村温泉・特産事業所様にて賞品選定、発送

★別紙 04「南会津町様当選者添書」参照

(4)スタンプラリー参加者等の集計・データ分析

奥会津いとなみ探訪デジタルスタンプラリー報告

スタンプラリーの参加者登録データとシステムに残るログデータをまとめました。

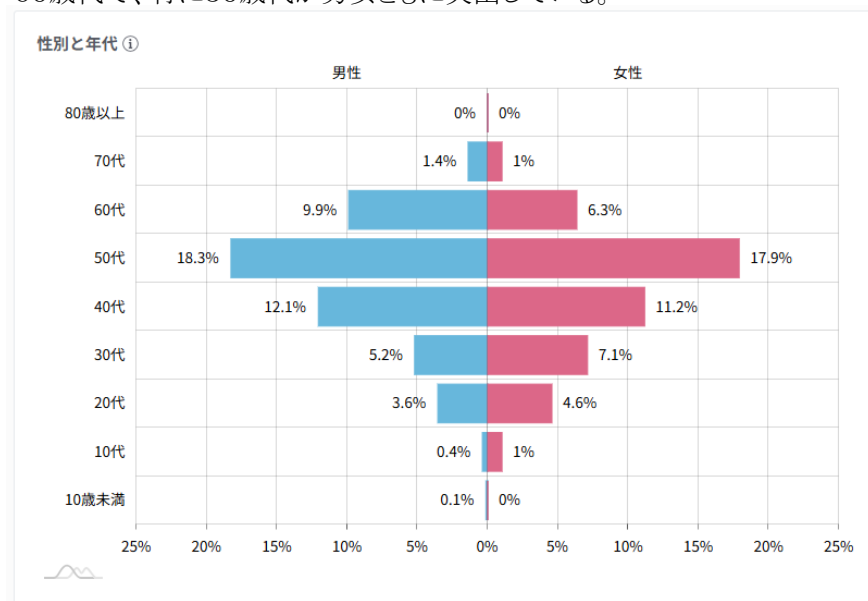
●参加状況(2025年7月19日～11月16日)

ラリー参加人数(エントリーユーザー数)総計	793人
周遊率(2か所以上の回遊)	16%
スタンプ取得平均	10.4回
電子チケット(おもてなし)	140件
特典応募総数(※複数応募可)	538件(262人)

総閲覧者数① 3,189人	エントリーユーザー数① 793人	周遊率① 16%	スタンプ取得数① 8,310件
特典応募総数 538件	不正スタンプ取得率① 2%	電子チケット利用回数① 140回	生成AI機能利用料① 0クレジット 利用回数:0

●年代構成と男女種別

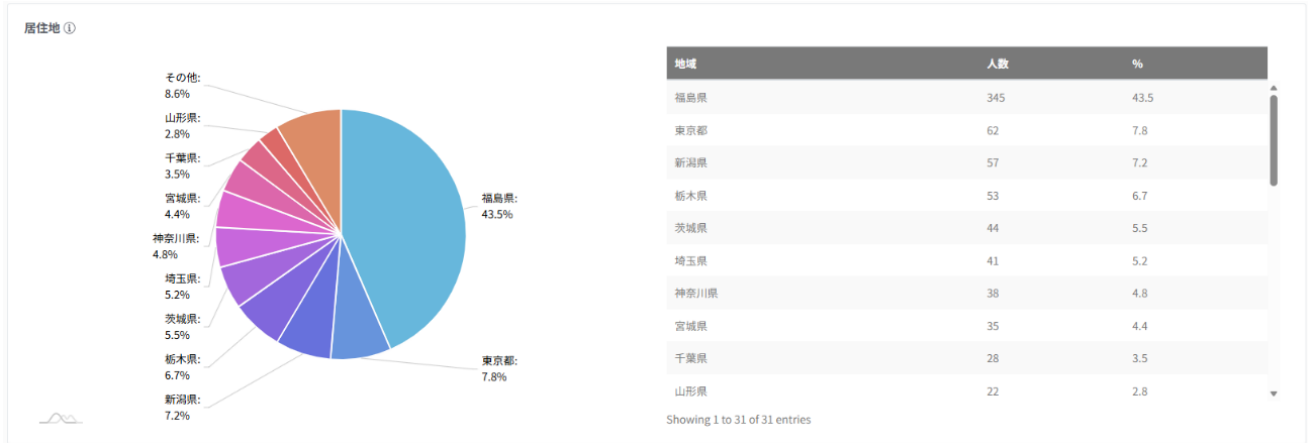
メイン年代は40歳～60歳代で、特に50歳代が男女ともに突出している。



※男性 404人 女性 392人 その他5人 (基本情報入力までの人数)

●都道府県

4割強が福島県内から、6割弱が県外から参加があった。2番目が東京、3番目が新潟、残りは隣県・関東圏と続き、主に東日本からの参加があった。エリアで見ると、北関東(茨城・栃木・群馬・埼玉)が約19.5%(155名)、南関東(千葉・東京・神奈川)が約16%(128名)という結果となった。

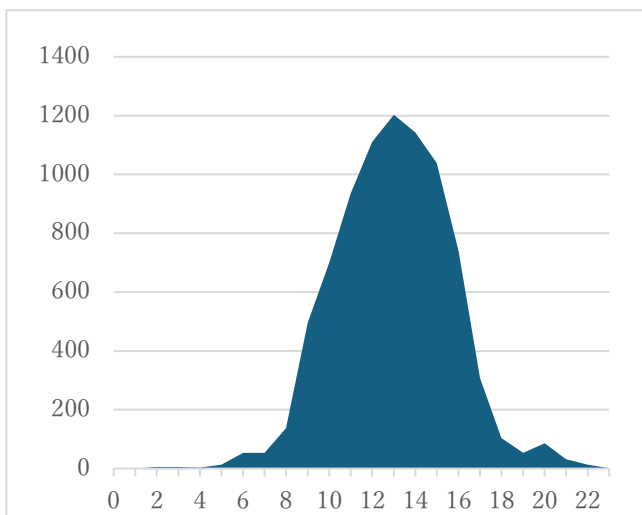


地域	人数	%
群馬県	17	2.1
岩手県	9	1.1
大阪府	7	0.9
秋田県	7	0.9
長野県	5	0.6
兵庫県	4	0.5
北海道	2	0.3
愛知県	2	0.3
福井県	1	0.1
岐阜県	1	0.1

地域	人数	%
滋賀県	1	0.1
佐賀県	1	0.1
石川県	1	0.1
岡山県	1	0.1
鹿児島県	1	0.1
青森県	1	0.1
広島県	1	0.1
山梨県	1	0.1
山口県	1	0.1
香川県	1	0.1

●時間帯別スタンプ取得数

地域的な特徴から、基本的に夜間の回遊は少なく、日中の回遊がほとんどである。

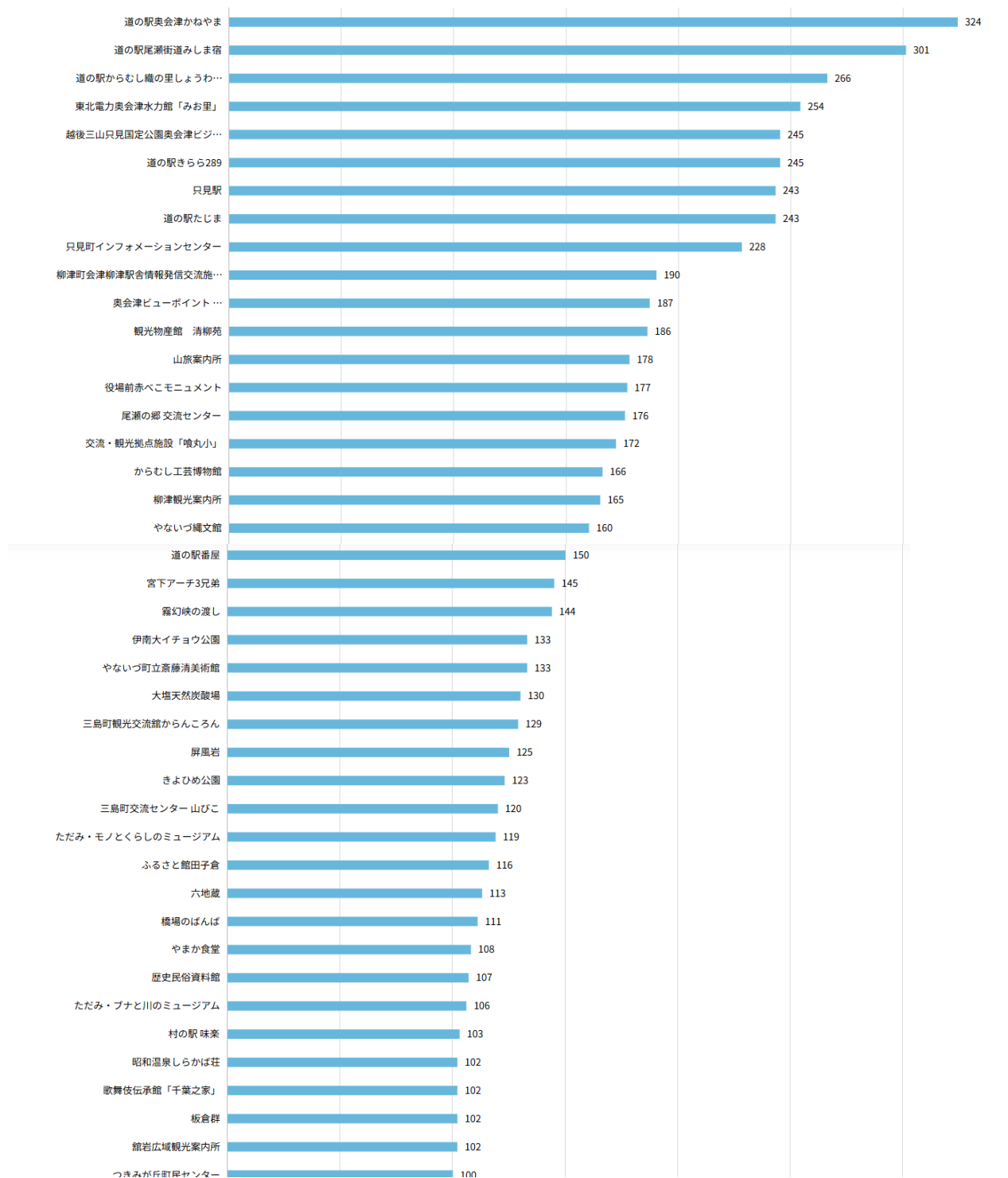


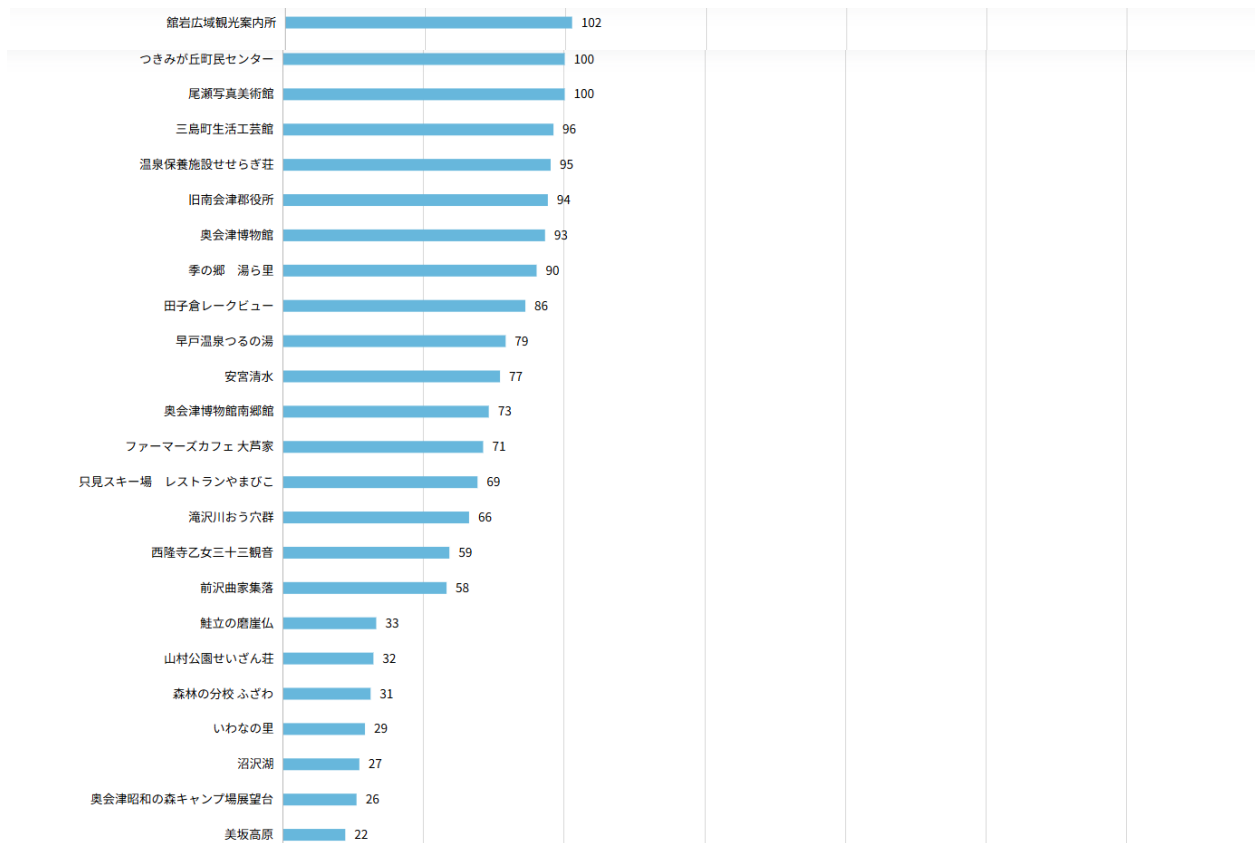
※13~14時 1,203件

●スタンプ取得別ランキング

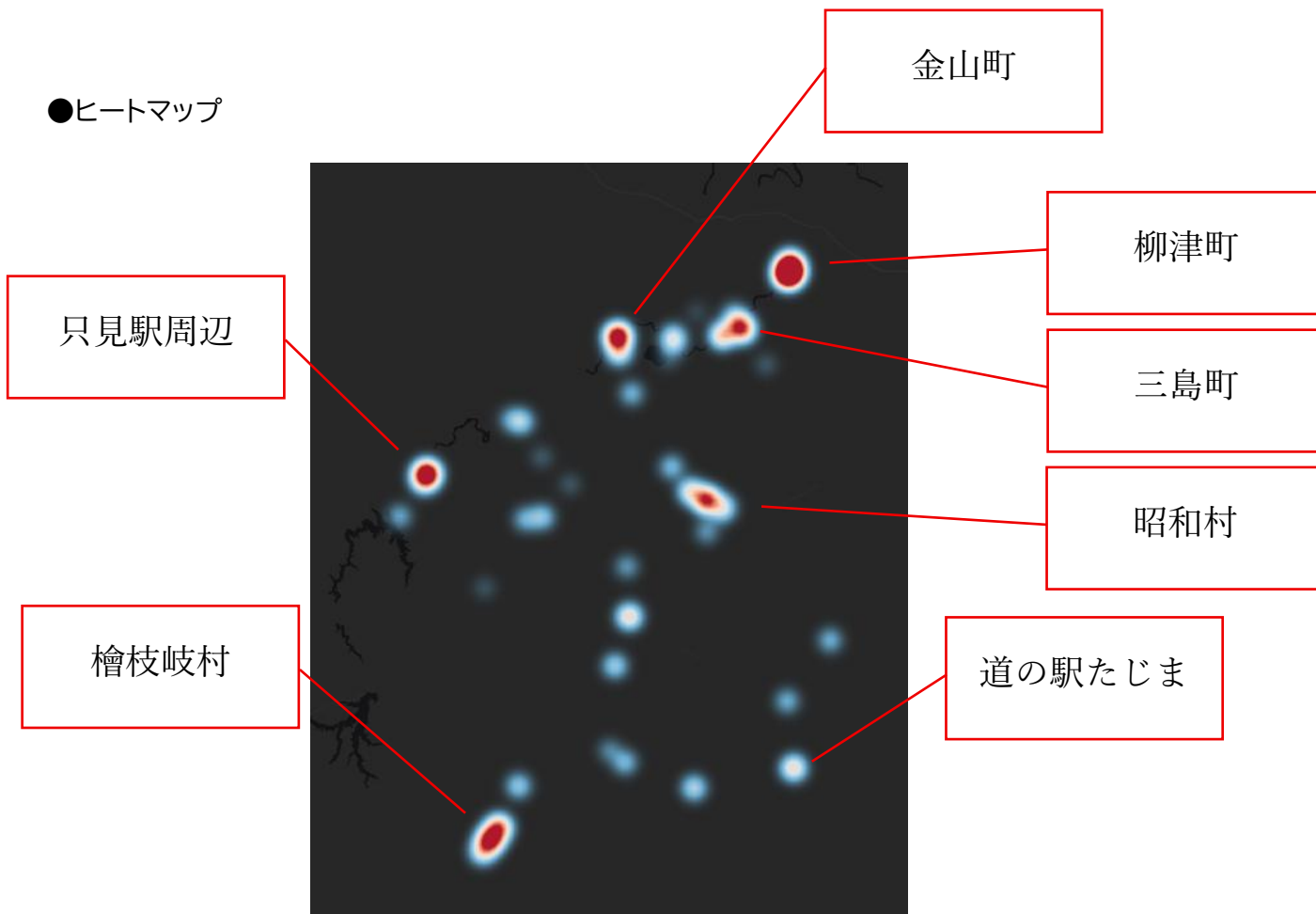
奥会津の移動の際、目的地へ向かう際、北から南からのほぼ中間点である「道の駅奥会津かねやま」が一番スタンプ取得が多い。また、主な休憩場所(立ち寄りポイント)がランキング上位であり、ヒートマップにも表れている。

スポット別スタンプ取得数ランキング



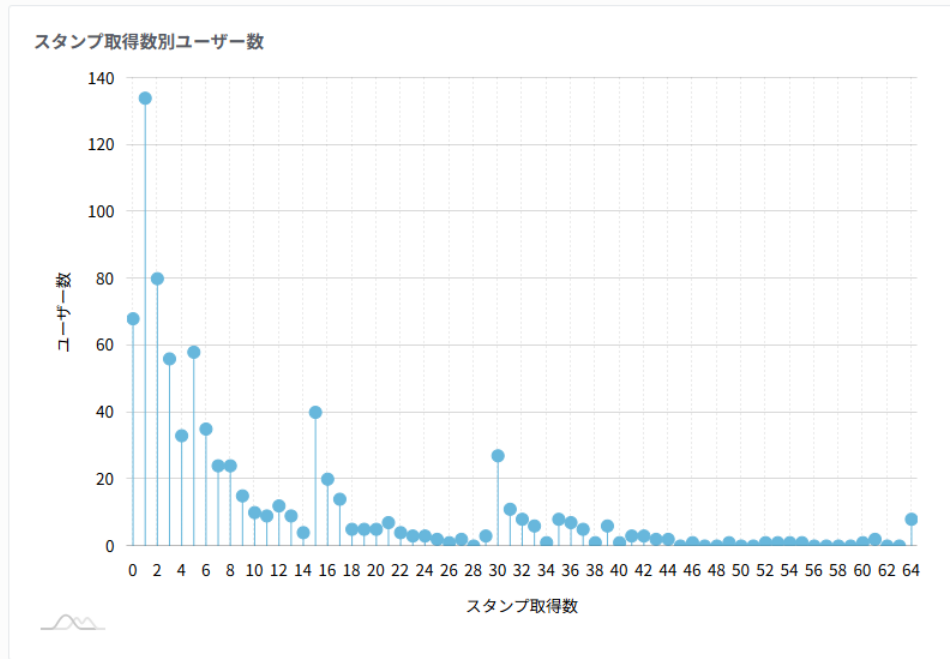


●ヒートマップ



●スタンプ取得別人数

スタンプ取得0回～1回のユーザ数が202名(約25%)、最低応募(おもてなし、探索賞)に満たない参加者が多い。



●応募人数

応募人数 262人

特典応募総数 538件

※ただし、電子チケットは、上記
応募人数以外の人数も含む。

電子チケット(おもてなし)	140
探索賞2スタンプ	133
15スタンプ賞	180
30スタンプ賞	99
文化施設間連携企画展5スタンプ賞	95
文化施設間連携企画展コンプリート賞	31

特典応募状況

特典	総応募数	期間内応募数
探索賞2スタンプ	133	133
文化施設間連携企画展コンプリート賞	31	31
文化施設間連携企画展5スタンプ賞	95	95
30スタンプ賞	99	99
15スタンプ賞	180	180

Showing 1 to 5 of 5 entries

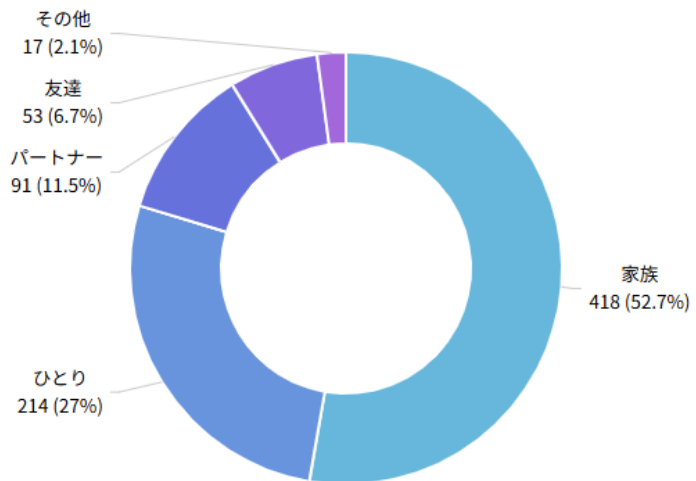
順位	スポット名 (特典利用場所)	利用回数	町村名
1位	館岩広域観光案内所	11回	南会津町
2位	道の駅尾瀬街道みしま宿	10回	三島町
3位	観光物産館清流苑	9回	柳津町
4位	道の駅奥会津かねやま	8回	金山町
5位	尾瀬の郷 交流センター	8回	檜枝岐村
6位	只見町インフォメーションセンター	7回	只見町
7位	三島町観光交流館からんころん	5回	三島町

※参考 電子チケット(おもてなし)

位置情報と時間からAIで抽出したもので実際の数字と誤差があります。

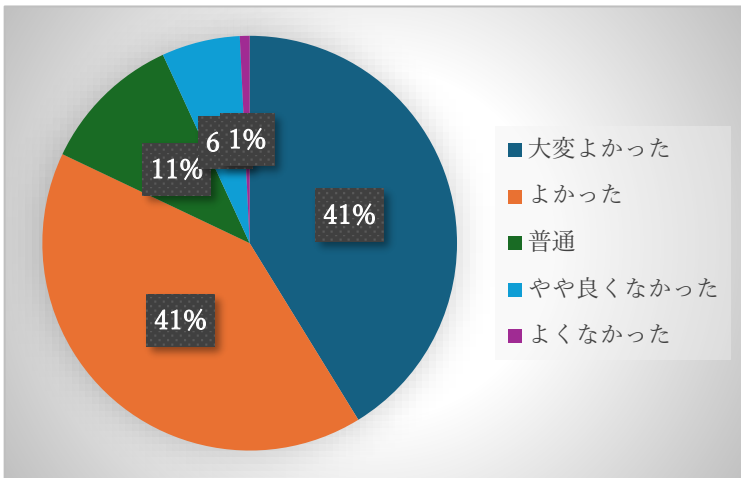
●誰と参加したか

全体で見ると、主に夏から秋にかけての観光行楽需要時であり、家族による参加が多かった。



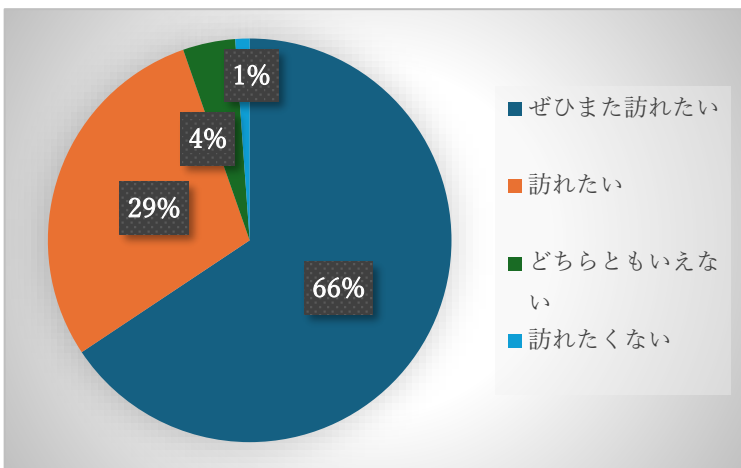
1. 応募時アンケートからのまとめ

●本企画(デジタルスタンプラリー)の満足度 ※応募者アンケートより



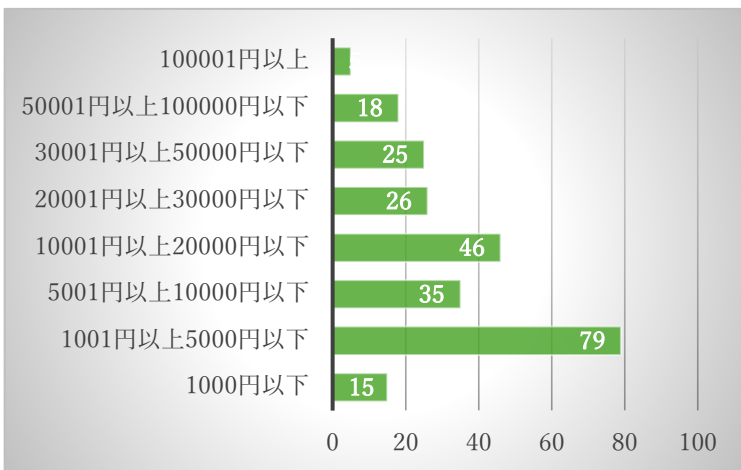
応募までの参加者は、「大変よかった」「よかった」と答えた人は8割、「ややよくなかった」「よくなかった」と答えたのは1割弱となった。特に、各文化施設の企画展との連携については、応募数をみても、本企画主旨の各地域の歴史文化に触れるという部分は評価されていると思われる。

●奥会津への再来訪について ※応募者アンケートより



「ぜひまた訪れたい」「訪れたい」と答え人が9割以上となった。もともと、奥会津に興味があって来訪されている人がおおく、また、スタンプラリーを通して、知らなかったもの(場所・コト)に触れる機会が多くあったことも数字にあらわれていると考えられる。

●応募までにかかった合計金額 ※応募者アンケートより



応募までにかかった金額は、単身者、パートナー、家族が混ざっているため、単純には評価できないものの、宿泊・飲食をとまなう移動も多く、応募をするために時間とお金をかけた参加であったことがわかる。

●自由記入のコメントから

以下、自由記入のコメントのなかで、気になる評価のキーワードをまとめました。なお、個人情報を含めない応募者一覧を別紙にて提出いたしますので、あわせてご確認ください。

□参加のきっかけと全体の評価

各スポットへのチェックイン数を見ると、7月19日から31日まで978回、8月が3282回、9月が1762回、10月が1614回、11月16日までが674回と、8月が参加者の多い月となった。これは別データから考えられる通り、「家族」をメインにした夏休み旅行（帰省）需要があったためと考えられる。

また、今回の主なPR媒体は、本企画のポスター・チラシ、「つなぐ奥会津夏号」、各スポットでののぼり掲示、「奥会津の川」チラシ、「八十里越界限無限大デジタルスタンプラリー」チラシ・ポスター、Facebook・Instagram 広告、CJモンモ Web（SNS）広告であった。メインのPR媒体である本企画のポスター・チラシとともに印刷枚数が少なく、特にチラシは夏場には無くなっていた場所も多かったが、「奥会津の川」「八十里越界限無限大デジタルスタンプラリー」チラシへ掲載されていたこともあり、スタンプラリーの参加のきっかけになったと考えられる。

<アンケートより>

- ・同じ県内でも、スタンプスポットに行かないとこのラリーには辿り着けないので、穴場感があり楽しめた。中通りや浜通りにも宣伝されてると、参加する方が増えると思うのでご検討ください。
- ・「点」を示す地図がほどよい程度に不案内なのが良かったです。限られた時間で効率よくスポットを巡るルートを思案するのが楽しかった。実際は訪問先それぞれに魅力があり、予定の滞在時間を超えることが多かったのですが…。
- ・現地でスタンプラリーを知ったのですが、予定外の知らなかった場所も行ったりして、旅がより充実したものになりました。
- ・気軽に参加でき、知らなかった魅力のある観光スポットを訪れることができました。もっとたくさん場所を訪れてみたいと思います。
- ・普段の旅程では行かないような場所もあり新たな発見がたくさんありました。また奥会津の紅葉は大変素晴らしく来年も必ず訪れようと思いました、良い企画でした！
- ・今まで通り過ぎていた場所を新しく訪ねるきっかけになりました。せっかく奥地まで行くのですから、今回のような企画であちこち知れることは、とても良い。
- ・開催してるのもっと早く分かれば

□企画展(文化施設)周遊との連携

「奥会津の川」企画の文化施設の周遊については、応募数やアンケートのコメントから、スタンプラリーとの連携について、効果があったことがわかる。ただ、臨時休館で入館できない、企画展終了時のQRコード撤去等があり回れなかったとご意見（メール）もあり、その際の対応（事務局へあらかじめ連絡いただく、別な形でスタンプを提供する等）の検討も必要とおもわれた。

<アンケートより>

・企画施設に足を運ぶきっかけになり、地域の文化を知ることが出来た。奥会津の景色を眺めるのも素晴らしいが、皆さんが運営する施設にも素晴らしい展示品や企画が多くあり、感動と心が潤う楽しい旅になりました。

・自分の知らなかった奥会津の観光歴史などスタンプラリーがなかったら足を運ぶことがなかったかもしれません、少しですがいろんな地域を回れて楽しかったし良かったですまたこの企画よろしくをお願いします。

□利用のしかたの説明を読まず、直観的に操作する

スタンプラリー登録後に全くスポットを回っていない方（0か所）が六十数名おり、また、アンケートを見るとサイト上の説明を読まない方も一定数いるようである。八十里越スタンプラリーのように紙面の面積を大きくした上での説明や、ウルトラマンARスタンプラリーのように、ポスター掲示と一緒に利用の仕方を掲示する等、工夫が必要かもしれない。

<アンケートより>

・詳細をよく読まなかった為 GPS のスタンプの箇所を QR コードを探してしまい時間ロスやスタンプを入手できないなどのトラブルがありましたが様々な箇所を回ることができ楽しかったです。

・遊び方の説明がほしい。

□認証方法について(QRコード・GPS認証)

アンケートで目立ったのは認証方法についての意見だった。今回はQRとGPSの併用で運用したが、基本は各施設への入館や食事や温泉等、お金をつかってもらうことも目的であったので、できるだけ施設に入らず効率よくチェックポイントを回りたいという参加者にとっては不満が多かったようだ。

QRコードの場所がわからず大変だったという意見もいくつかみられるが、そもそもスタンプラリーはそういうもの（探す楽しみを味わうもの）だと思われるので、ひとつの意見程度としておきたい。

GPSについては、ある程度の意見が出ることは予測はしていたが、思ったよりも数が多かった。都市部でのスタンプラリーの場合、GPSとWi-Fiの親和性で位置情報の補正が行われやすく、精度

が高まることが知られているが、Wi-Fi のアクセスポイントが極端に少ない奥会津では、特に山間部等が多くあることもあり、GPS の精度が極端に悪かった可能性がある。ただし、スマホではGPS 精度の個体差があるため、運営側で解決できない問題でもある。この場合は、自己申告制で、証明写真（その場所にいたことを、背景とともに自撮りするなど）を観光協会等へ持参することでQRコードを提供するなど、解決方法が必要であるかもしれない。

<アンケートより>

- ・二次元コードとGPS の併用で良かったです。宮城県からの参加なので、なかなか頻繁に奥会津に行くことはできませんが、再訪できた際には今回行けなかった場所にも行ってみたいと思います。
- ・GPS 地点でも、のぼりが立っていたので見つけやすくて良かったです！橋の三兄弟など、スタンプラリーでなかったら知らなかった場所があって楽しめました。
- ・別用で来ていたため、営業時間外で立ち入れなかった施設もあったので、GPS でゲットできるスタンプはありがたかった。QR で取れた方が色々な賞に応募できるようにしているのも工夫があって関心しました。
- ・休館時間や早朝にも対応できるようにQRコード掲示は入り口のガラスなどに掲示するようにしてほしい。GPS 対応は駐車場も含めてほしい。それ以外は新たな発見も有り大満足。
- ・2次元コードをなかなか見つけられず施設の方に聞く事が多かった。GPSの方が簡単かなと思います。
- ・他のデジタルスタンプラリーも並行して行われていたこともあり、各施設の二次元バーコードが見つけにくかった。
- ・QRコードの細かい設置場所を載せておいてほしい。
- ・コンプリートをしたくなります。QRコードを読み込ませる場所とGPS取得の場所がチラシに載っていると分かりやすいと思います。
- ・GPSなのかQRコードなのか詳細を見ないとわからないので、気づくまでに何個か取りそびれました。普段あまり訪れる機会がない場所もあり、訪れるきっかけになったのが良かったです
- ・巡る機会を作る企画はとても良かったと思います。施設のスタッフの中には企画やQRの貼り付け位置など分からない方も居たので、そこは少し残念でした。
- ・出掛ける際のきっかけにもなってます。近くでも、意外に行く事が少ないです。スタンプを押しても反応がなかったり、QRコードのある場所がわからなかったり、苦戦しました。
- ・各施設でQRコードを探すのが大変でしたが、普段あまり行かない施設に足を運ぶきっかけになりました。

□熊問題、危険箇所

多くはないが、いくつか「熊」をあげる人がいた。また、屏風岩、滝沢川おう穴群と思われるが、GPS 認証にからめた意見をいただいた。

<アンケートより>

- ・熊出没注意の看板が多く恐くて行けない所が多く残念でした。
- ・熊に出会いそうな場所もあった。
- ・一番印象に残っているのは昭和の森キャンプ場展望台ですね。GPS を頼りに向かいましたがどこから行っていいか分からなくて汗、山道を歩くこと片道 15 分くらいかな、熊鈴鳴らしながら恐る恐る笑、無事にたどり着いてスタンプゲット、電波ギリギリ笑、景色良かった。
- ・自然豊かで熊がちょっと心配でした。
- ・GPS の範囲がとても狭くて川沿い等足場が危険なところがあった。新たな温泉に入って満足できた。
- ・GPS によるスタンプ取得範囲が狭過ぎて危険なスポットもあり、滑落しそうになったので、もう少し広くしてほしい。参加者の安全のために。

■次年度以降のスタンプラリーを含む周遊度向上に向けた改善点など

●誰でも簡単に参加できる仕組みづくりを。

初期の脱落者（スタンプ取得0～1個）25%は「試し参加」の可能性が高いが、一方、操作がわからない、難しい、スポット数が多いと感じた可能性がある。アンケート収集（ニーズの収集）も目的のひとつであるため、参加障壁を下げて（例えばスポット数を減らす等）参加数を増やすことに加え、応募数を増やす企画・仕組みづくりが必要と考える。

●できるだけQRコード認証を多く設定する

GPS認証は地理的な問題（Wi-Fi環境が少ない山間部ではGPS認証の精度が低い）から、エラーが起こる可能性が非常に高く、参加者の不満につながっている。QRコード認証を基本として、パネル・立札などでQRコードを掲示する、認証できない場合の代替方法を明示するなど必要と考える。

※八十里越スタンプラリーは「道の駅」などの施設がGPS認証スポットになっており、周辺にWi-Fi環境がある場所であるためGPS精度が高い。

●ターゲット(年代)別の需要を意識した企画も盛り込む

アンケート結果を見ると、奥会津への観光来訪者のメインターゲット（中高年層）が、スタンプラリーのメインの参加者となっていることがわかる。この結果から「メインターゲット（中高年層）の参加意欲を上げる」企画や、「来訪が少ないと考えられる20～30歳代の参加意欲を上げる」企画など、ターゲット（年代）を意識した仕組み・企画も必要と考える。

●「八十里越」「白河奥会津連携」を意識した企画

令和8年は「八十里越」開通や「白河奥会津連携」についての関心が高まることが予想され、新潟県や福島県中通りなど隣接住民にアピールできるテーマ・仕組み・企画が必要と考える。

●奥会津の入口での参加意欲をあげるための対策

ログデータの特徴から、奥会津への来訪者の「入口」に特徴があることがわかるが、その際に初めてスタンプラリーに気づく人も多いため、入口・スタート地点になる「道の駅たじま」「只見越後センター」「只見駅」「山旅案内所」等、主要ポイントに、参加を促し参加意欲を上げる仕組み（情報を詳しく提供し、スタンプラリーを詳しく説明する簡易パネルの設置など）を行うなど必要と考える。

●チラシで基本情報をすべて掲載する

チラシをA4の4ページ（A3の2つ折）にして、奥会津の基本的情報の提供、情報面積を大きくして、参加方法の説明、わかりやすい地図の掲載、スタンプラリースポットの基本的な情報の掲載など、参加意欲を向上させる仕組みをつくる必要と考える。

●1次情報として、チラシ・ポスターの配付エリアをさらに広く。

・チラシの印刷枚数が少なく、早い段階でチラシが無くなった場所が多く、後半は印刷媒体は「企画展 奥会津の川」や「つなぐ奥会津」のみとなった。デジタルスタンプラリーといっても、別目的での来訪者が参加する機会も多いと考えられ、誰にでもわかりやすいチラシを広い範囲で配布する必要があると考える。